

## レバンガ北海道観戦者の実態調査について

著者	永谷 稔, 千葉 直樹, 畠山 孝子
雑誌名	北翔大学北方圏生涯スポーツ研究センター年報
号	3
ページ	1-6
発行年	2012
URL	<a href="http://id.nii.ac.jp/1136/00001378/">http://id.nii.ac.jp/1136/00001378/</a>

## レバンガ北海道観戦者の実態調査について

### A Study about Research Situation of Lebanga Hokkaido Spectators

永 谷 稔<sup>1)</sup> 千 葉 直 樹<sup>2)</sup> 畠 山 孝 子<sup>2)</sup>

Minoru NAGATANI Naoki CHIBA Takako HATAKEYAMA

キーワード：レバンガ北海道、観戦者、実態調査、プロバスケットボール、スペクテイター

#### I. 緒 言

レバンガ北海道は、JBL (Japan Basketball League) に所属するプロバスケットボールチームである。2011年1月にJBLから除名処分を受けたレラカムイ北海道(当時)の後、チーム消滅の危機からファンや関係者の支援を受けて2011年6月に発足した。運営会社は株式会社ではなく、一般社団法人「北海道総合スポーツクラブ」であり、理事長にはプロスポーツでは異例の選手兼任オーナーとして努めている。

レラカムイ北海道(当時)は、JBLに新規加入した2007-08年以来3シーズン連続で、観戦者動員数がリーグトップとなり、2009-10年シーズンでは過去最多の67,782名となり平均でも3,081名と、他チームからも注目を集めていた。しかし、2010-11年シーズンでは、年末から年明けにかけたチームの除名騒動と東日本大震災によるリーグ打ち切りの影響もあり、観客動員数は36,504名、平均2,028名となり、一気にリーグ4位まで落ち込んだ。2011-12年シーズンでは、観客動員数は39,133名、平均1,863名、リーグ2位であった。

バスケットボールの国内リーグは、もうひとつ2005年にスタートしたbjリーグという日本初のプロバスケットボールリーグが存在している。bjリーグは所属するすべてのチームがプロチームであるのに対して、JBLは、レバンガ北海道とリンク栃木以外は、多くのチームは大企業の支援があるいわゆる企業(実業団)チームである。従って、JBLでは試合を興行としてシビアに捉えているチームは決して多くなく、レラカムイ北海道(当時)の

観客動員数の多さは異例でもあった。

レバンガ北海道と同じくプロチームであるリンク栃木の観客動員数は、2009-10年リーグ2位であったが、他の企業(実業団)との決定的な違いはない。北海道におけるバスケットボールの競技人口は、全国高体連<sup>8)</sup>、中体連<sup>4)</sup>、少年団<sup>3)</sup>の統計によると、野球やサッカーに次いで多い傾向が見られる。またレラカムイ北海道時代では、他チームと比較して、積極的な動員をかけていたとも言われている。しかしながら、いずれにしても、まずは観戦者の実態について把握しなければならないと考える。

とくに、今回の場合は、レラカムイ北海道時代からレバンガ北海道に変わり、観戦者の層や質がどのように変化したのか、あるいは変化していないのか、については注目すべき点である。また、消滅の危機から立ち上がった姿に共感するなど、多くのメディアでも取り上げられているため、新たな観戦者層が生まれていることも推測できる。したがって、観戦者の実態を分析することにより、これらがより明確になるものと考えられる。

筆者らは、こうした地方プロスポーツチームの運営や存続について知見を得るため、観客に対して継続的な調査を実施している<sup>1), 2)</sup>。レバンガ北海道においては、2011-12年シーズンの運営に関わるほぼすべてがはじめての経験となる。以前の運営関係者が残っていることから、少なからずノウハウはあるものの、全体としては手探りの運営が続いていることは間違いない。これらのことから、本研究では、レバンガ北海道の観戦者の実態について明らかにし、情報資料として提供するものである。そして、究極的には、近年のプロスポーツは地域に根ざした活動を数多く実践していることから、北方圏や積雪寒

1) 北翔大学生涯スポーツ学部スポーツ教育学科

2) 北翔大学短期大学部ライフデザイン学科

冷地域に所在するプロスポーツにおける、あらたな地域社会との連携づくりにも寄与できるのではないかと考える。

## Ⅱ. 研究方法

本研究では、2012年2月3日（金）と3月3日（土）北海道立総合体育センター「北海きたえーる」で開催された、レバンガ北海道公式戦のホームゲームにおいて、質問紙調査を実施した。会場入口において質問紙を配付、その場で記入し回収、もしくはその後回収した。

2月3日（金）の対戦相手はパナソニックトライアンズ、観客数は1,357名、回収数は475部、3月3日（土）（ホームゲーム最終戦）の対戦相手はトヨタアルバルク、観客数は2,666名、回収数1,026部であった。

調査内容は、観戦者属性（性別・年齢・居住地）、クラブ会員かどうか、観戦回数、観戦理由、観戦者の要望などであった。

## Ⅲ. 結 果

### 1. 観戦者属性

表1は2月3日レバンガ北海道の観戦者属性を示したものである。性別では、女性が304名（64.3%）男性が169名（35.7%）であった。年齢は30代が最も多く131名（27.8%）次いで40代が129名（27.4%）であった。居住地では、札幌市内が最も多く375名（79.6%）札幌近郊6市を合わせると416名（88.3%）であった。その他道内市町村が41名（8.7%）道外都府県は14名（3.0%）であった。

表2は3月3日同観戦者属性を示したものである。性別では、女性が649名（63.7%）男性が370名（36.3%）であった。年齢は30代が最も多く319名（31.3%）、次いで40代が256名（25.1%）であった。居住地では、札幌

表1 レバンガ北海道の観戦者属性

#### 2月3日（金）パナソニックトライアンズ戦

		人数	%			人数	%
性別	女性	304	64.3%	居住地	札幌市	375	79.6%
	男性	169	35.7%		江別市	15	3.2%
	計	473	100%		恵庭市	2	0.4%
年齢		人数	%	北広島市	9	1.9%	
	10代	58	12.3%	石狩市	2	0.4%	
	20代	60	12.7%	小樽市	1	0.2%	
	30代	131	27.8%	千歳市	12	2.5%	
	40代	129	27.4%	その他道内市町村	41	8.7%	
	50代	59	12.5%	道外都府県	14	3.0%	
	60代	31	6.6%	計	471	100%	
	70代以上	3	0.6%				
	計	471	100%				

表2 レバンガ北海道の観戦者属性

#### 3月3日（土）トヨタアルバルク戦

		人数	%			人数	%
性別	女性	649	63.7%	居住地	札幌市	703	68.7%
	男性	370	36.3%		江別市	30	2.9%
	計	1019	100%		恵庭市	23	2.2%
年齢		人数	%	北広島市	27	2.6%	
	10代	80	7.9%	石狩市	19	1.9%	
	20代	157	15.4%	小樽市	15	1.5%	
	30代	319	31.3%	千歳市	28	2.7%	
	40代	256	25.1%	その他道内市町村	155	15.2%	
	50代	134	13.2%	道外都府県	23	2.2%	
	60代	61	6.0%	計	1023	100%	
	70代以上	11	1.1%				
	計	1018	100%				

市内が703名（68.7%）札幌近郊6市を合わせると845名（82.6%）であった。その他道内市町村が155名（15.2%）道外都府県は23名（2.2%）であった。

### 2. 観戦回数

表3は、2月3日の年代毎の観戦回数を示したものである。女性の10回以上は30代が最も多く55名（37.4%）、次いで40代が37名（25.2%）、4回～9回は30代が最も多く25名（35.2%）、次いで40代が21名（29.6%）、2回～3回は40代が最も多く23名（40.4%）、1回は40代が11名（40.7%）であった。男性の10回以上は30代が最も多く11名（26.8%）、次いで40代と50代がともに9名（22.0%）、4回～9回は10代、40代、50代がともに最も多く10名（20.8%）、2～3回は10代が最も多く17名

表3 年代毎の観戦回数

#### 2月3日（金）パナソニックトライアンズ戦

	1回	2～3回	4～9回	10回以上	
女性	人数	人数	人数	人数	%
合計302	計	計	計	計	100%
	27	57	71	147	48.7%
内訳					
10代	3	7	4	8	5.4%
20代	2	9	8	19	12.9%
30代	3	11	25	55	37.4%
40代	11	23	21	37	25.2%
50代	5	5	6	20	13.6%
60代	2	2	6	8	5.4%
70代以上	1	0	1	0	0.0%
	100%	100%	100%	100%	
男性	人数	人数	人数	人数	%
合計167	計	計	計	計	100%
	26	52	48	41	24.6%
内訳					
10代	7	17	10	2	4.9%
20代	5	7	4	6	14.6%
30代	4	13	9	11	26.8%
40代	7	11	10	9	22.0%
50代	2	1	10	9	22.0%
60代	1	3	5	4	9.8%
70代以上	0	0	0	0	0.0%
	100%	100%	100%	100%	

表4 年代毎の観戦回数

## 3月3日(土) トヨタアルバルク戦

女性	1 回		2 ～ 3 回		4 ～ 9 回		10回以上			
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%		
合計643	計	110	17.1%	132	20.5%	204	31.7%	197	30.6%	100%
内訳										
10代	13	11.8%	11	8.3%	8	3.9%	9	4.6%		
20代	19	17.3%	20	15.2%	28	13.7%	40	20.3%		
30代	29	26.4%	37	28.0%	76	37.3%	65	33.0%		
40代	22	20.0%	42	31.8%	58	28.4%	53	26.9%		
50代	17	15.5%	15	11.4%	23	11.3%	24	12.2%		
60代	8	7.3%	7	5.3%	9	4.4%	6	3.0%		
70代以上	2	1.8%	0	0.0%	2	1.0%	0	0.0%		
		100%		100%		100%		100%		

男性	1 回		2 ～ 3 回		4 ～ 9 回		10回以上			
	人数	%	人数	%	人数	%	人数	%		
合計365	計	89	24.4%	99	27.1%	109	29.9%	68	18.6%	100%
内訳										
10代	11	12.4%	16	16.2%	9	8.3%	2	2.9%		
20代	17	19.1%	15	15.2%	11	10.1%	7	10.3%		
30代	26	29.2%	26	26.3%	35	32.1%	22	32.4%		
40代	14	15.7%	26	26.3%	24	22.0%	14	20.6%		
50代	14	15.7%	6	6.1%	15	13.8%	18	26.5%		
60代	4	4.5%	7	7.1%	14	12.8%	5	7.4%		
70代以上	3	3.4%	3	3.0%	1	0.9%	0	0.0%		
		100%		100%		100%		100%		

(32.7%), 次いで30代が13名(25.0%), 40代が最も多く11名(21.2%), 1回は10代と40代がともに最も多く7名(26.9%)であった。

表4は、3月3日の同観戦回数を示したものである。女性の10回以上は30代が最も多く65名(33.0%), 次いで40代が53名(26.9%), 20代が40名(20.3%), 4回～9回は30代が最も多く76名(37.3%), 次いで40代が58名(28.4%), 2回～3回は40代が最も多く42名(31.8%), 次いで30代が37名(28.0%), 1回は30代が最も多く29名(26.4%), 次いで40代が22名(20.0%)であった。男性の10回以上は30代が最も多く22名(32.4%), 次いで50代が18名(26.5%), 40代が14名(20.6%), 4回～9回は30代が最も多く35名(32.1%), 次いで40代が24名(22.0%), 2～3回は30代と40代がともに最も多く26名(26.3%), 1回は30代が最も多く26名(29.2%)であった。

## 3. クラブ会員および非会員比

表5は、2月3日のクラブ会員および非会員を年代毎に示したものである。女性全体では会員が78名(25.9%)であるのに対し、非会員は233名(74.1%)であった。年代毎では会員は40代が最も多く28名(35.9%), 次いで30代が25名(32.1%), 非会員は30代が最も多く69名(30.9%), 次いで40代が64名(28.7%)であった。男性全体では会員が28名(16.9%)であるのに対し、非会員は138名(83.1%)であった。年代毎では40代と50代が最も多くともに7名(25.0%), 次いで60代が6名

(21.4%), 非会員は10代が最も多く34名(24.6%), 次いで30代が33名(23.9%), 40代が30名(21.7%)であった。

表6は、3月3日のクラブ会員及び非会員を年代毎に示したものである。女性全体では会員が102名(16.2%)であるのに対し、非会員は528名(83.8%)であった。年代毎では会員は40代が最も多く31名(30.4%), 次いで30代が26名(25.5%), 非会員は30代が最も多く179名(33.9%), 次いで40代が137名(25.9%)であった。男性全体では会員が42名(10.9%)であるのに対し、非会員は317名(89.1%)であった。年代毎では会員は50代が最も多く13名(31.0%), 次いで30代と60代がともに10名(23.8%)であった。非会員は30代が最も多く97名(30.6%), 次いで40代が70名(22.1%)であった。

表5 年代毎のクラブ会員比

## 2月3日(金) パナソニックトライアンス戦

女性	会員		非会員		男性	会員		非会員	
	人数	%	人数	%		人数	%	人数	%
合計301	78	25.9%	223	74.1%	合計166	28	16.9%	138	83.1%
内訳					内訳				
10代	1	1.3%	20	9.0%	10代	2	7.1%	34	24.6%
20代	6	7.7%	31	13.9%	20代	3	10.7%	18	13.0%
30代	25	32.1%	69	30.9%	30代	3	10.7%	33	23.9%
40代	28	35.9%	64	28.7%	40代	7	25.0%	30	21.7%
50代	11	14.1%	25	11.2%	50代	7	25.0%	16	11.6%
60代	7	9.0%	11	4.9%	60代	6	21.4%	7	5.1%
70代以上	0	0.0%	3	1.3%	70代以上	0	0.0%	0	0.0%

表6 年代毎のクラブ会員比

## 3月3日(土) トヨタアルバルク戦

女性	会員		非会員		男性	会員		非会員	
	人数	%	人数	%		人数	%	人数	%
合計630	102	16.2%	528	83.8%	合計359	42	10.9%	317	89.1%
内訳					内訳				
10代	5	4.9%	35	6.6%	10代	0	0.0%	36	11.4%
20代	11	10.8%	95	18.0%	20代	1	2.4%	48	15.1%
30代	26	25.5%	179	33.9%	30代	10	23.8%	97	30.6%
40代	31	30.4%	137	25.9%	40代	8	19.0%	70	22.1%
50代	19	18.6%	58	11.0%	50代	13	31.0%	40	12.6%
60代	10	9.8%	20	3.8%	60代	10	23.8%	19	6.0%
70代以上	0	0.0%	4	0.8%	70代以上	0	0.0%	7	2.2%

## 4. 観戦理由

図1は、2月3日の観戦理由を示したものである。女性は、レバンガ北海道のファンだからが最も多く(22.2%), 次いでバスケットボールが好きだから(16.6%), レバンガ北海道は北海道のチームだから(15.0%), レラカムイ時代からのファンだから(13.3%), 折茂選手を応援したいから(12.9%)であった。男性は、バスケットボールが好きだからが最も多く(19.6%), 次いでレバンガ北海道のファンだから(18.2%), レバンガ北海道は北海道のチームだから

(16.5%) であった。

図2は、3月3日の観戦理由を示したものである。女性は、レバンガ北海道のファンだからが最も多く(20.6%)、次いでバスケットボールが好きだから(16.9%)、レバンガ北海道は北海道のチームだから(14.2%)、レカムイ時代からのファンだから(12.4%)、折茂選手を応援したいから(11.7%)、札幌で開催されたから(11.6%)であった。男性は、札幌で開催されたからが最も多く(28.9%)、次いでバスケットボールが好きだから(16.1%)、レバンガ北海道のファンだから(15.7%)、レバンガ北海道は北海道のチームだから(10.9%)であった。

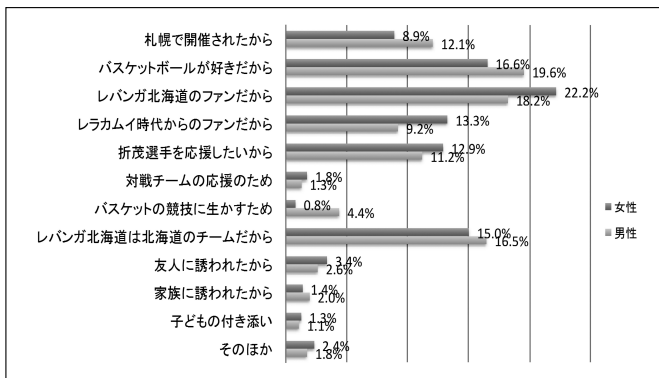


図1 男女別観戦理由

2月3日(金) パナソニックトライアンズ戦

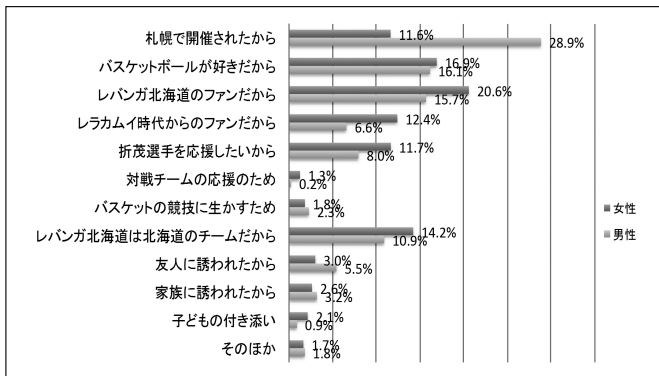


図2 男女別観戦理由

3月3日(土) トヨタアルバルク戦

## 5. 観戦者の要望

図3は、2月3日の観戦者の要望を示したものである。女性は、優勝争いができる強いチームを作るが最も多く(27.8%)、次いで交通の便の良いきたえーの試合を増やす(22.4%)、チケットの販売方法を工夫する(14.3%)、チケットの料金を安くする(13.8%)であった。男性は、優勝争いができる強いチームを作るが最も多く(27.8%)、次いで交通の便の良いきたえーの試

合を増やす(16.8%)、チケットの料金を安くする(14.8%)、チケットの販売方法を工夫する(11.9%)、野口大輔のような北海道出身者を集める(10.4%)であった。

図4は、3月3日の観戦者の要望を示したものである。女性は、交通の便の良いきたえーの試合を増やすが最も多く(26.2%)、次いで優勝争いができる強いチームを作る(24.4%)、チケットの料金を安くする(14.2%)、チケットの販売方法を工夫する(11.0%)であった。男性は、優勝争いができる強いチームを作るが最も多く(32.6%)、次いで交通の便の良いきたえーの試合を増やす(24.2%)、チケットの料金を安くする(12.6%)であった。

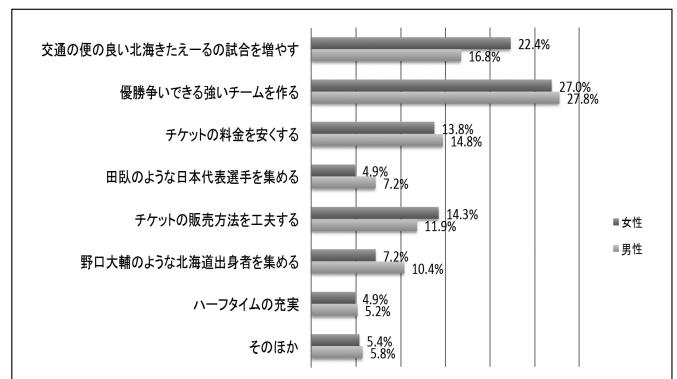


図3 観戦者の要望(男女別)複数回答

2月3日(金) パナソニックトライアンズ戦

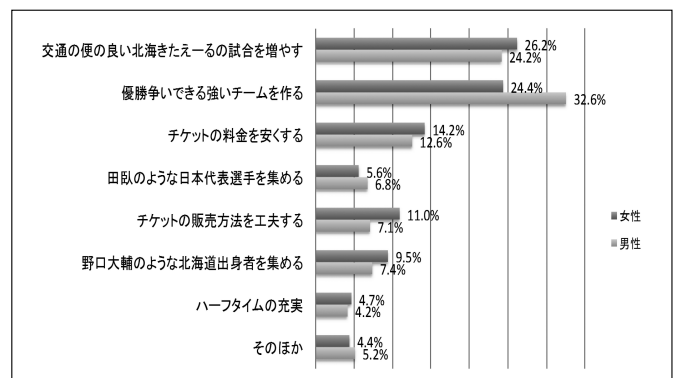


図4 観戦者の要望(男女別)複数回答

3月3日(土) トヨタアルバルク戦

## Ⅳ. 考 察

### 1. 観戦者属性について

観戦者属性については、30代と40代の女性が多く、居住地では札幌市が多い傾向が見られた。

bjリーグの観戦者調査<sup>6),7)</sup>においても、同様に女性の

観戦者が多い傾向が明らかとなっている。しかし、プロ野球とJリーグ<sup>5)</sup>では、男性の観戦者が多い傾向が示され、女性の観戦者は少ない傾向である。年代については、35歳～60歳の壮年層が多い傾向が示されている。これらのことから、JBLとbjともに女性観戦者が多い傾向は明らかにされたものの、その要因は本調査では明らかにすることは出来ていない。

居住地について2月3日の調査では、79.6%が札幌市と回答していたが、ホームゲーム最終戦の3月3日の調査では、札幌市が68.9%に減少している。しかしながら、札幌近郊市町村が微増し、札幌近郊以外の道内市町村が8.7%から15.2%へ増加している。ホームゲーム最終戦という要因が遠方からの集客をもたらしていると考ええる。

また、道外都府県は2月3日の調査3.0%から3月3日の調査では2.2%となっているが、人数は増加している。対戦相手チームの応援と推測するが、こうした道外都府県からの観客動員を増やすことも、運営面では重要なことと考える。

## 2. 観戦回数について

観戦回数については、男女とも4回以上が半数以上を占めていた。とくに女性では10回以上が48.7%を占めていた。JBLの1シーズンのレギュラー試合数が42試合であり、うちホームゲームが約半分であることを考えると、10回以上観戦をすることはかなりのリピート率である。ヘビーユーザーと定義する回数は更なる検証が必要ではあるが、レバンガ北海道の観戦者はリピート率の高いヘビーユーザーであると言える。したがって、今後は1回つまり初観戦者の割合を増やすこと、またそうした観戦者をリピート観戦させる手立てを考えていかなければならない。レバンガ北海道2011-12シーズンの観客動員数はリーグ2位になったものの、2010-11シーズンでは、レラカムイ北海道時代JBL参入後3シーズン連続リーグ1位から初めて4位に甘んじている。したがって、初観戦者を動員することは、最重要の課題と考える。

## 3. 観戦理由について

観戦理由については、レバンガ北海道のファン、北海道のチームだからという、チームおよび地元を応援するとの回答が多い傾向が見られた。これは、前述のリピーター率が高くヘビーユーザーであることから連関が伺える。また、折茂選手を応援したい、レラカムイ時代からのファン、という回答は女性に多く見られ、レバンガ北海道の観戦者が女性が多いことに起因していると考えられる。一方、男性とくに3月3日調査では、札幌で開催されたからが突出して多かったが、この理由についての分析は進んでいない。むしろ、男性はバスケットボール

が好きである、競技に生かす、といった理由が挙げられている傾向が見られた。男性の観客率が低いことから、チームや地元ファンとしてだけでなく、バスケットボール競技そのものをウリにする仕掛けにより、男性の観客を取り込むことが出来るのではないかと考える。

## 4. 観戦要望について

観戦要望については、優勝争いができる強いチームを作るが最も強い要望であった。競技スポーツであり、勝敗が多く部分を占めるプロスポーツでは、絶対的使命である。一方では、交通の便の良い北海きたえーるの試合を増やす、という要望も強かった。レバンガ北海道のメインアリーナ（本拠地）は、本研究の2回の調査を実施した北海きたえーるではない。2011-12シーズンのホームゲームの開催20試合のうち、6試合が北海きたえーる、4試合が北翔クロテック月寒ドーム、他10試合は釧路、帯広、恵庭、小樽、芦別で各2試合ずつ実施している。筆者らは、レラカムイ北海道時代の稚内と釧路会場での調査を実施しているが、稚内会場では約半数、釧路会場では約7割が地元観戦者であった。道内各地域で開催することで、札幌以外のファンの増加につながることは間違いないことから、開催地の決定については、多角的に検討を重ねていかなければならない。

## V. おわりに

本研究は、レバンガ北海道の観戦者の実態調査結果について明らかにし、情報資料として提供することを目的として実施された。筆者らは、レラカムイ北海道時代から観戦者の調査を実施してきた。こうした結果および本調査結果が、今後のレバンガ北海道に有益な情報資料として提供となればと考える。筆者らは、本調査結果をもとに、さらに詳細な分析を進め、バスケットボール競技の観戦者特性や、また北海道におけるプロスポーツの運営方策について、明らかにしていきたいと考える。

そして、レバンガ北海道（JBL）の公式戦ホームゲームは、概ね10月から3月に開催されている。この時期の北海道は、いわゆる積雪寒冷時期に該当し、一般的には積雪寒冷時期には人々の活動量が減少されるため、実際に競技場へ足を運び観戦する観戦行動が、活動量向上に寄与する要因のひとつとなりうることも期待される。

また、北海道内におけるプロスポーツは、プロ野球北海道日本ハムファイターズが人気と実力ともに高い。そして、Jリーグコンサドーレ札幌、さらにはFリーグ（フットサル）エスポラーダ北海道の合計4チームが存在している。本研究では直接言及はしていないが、開催時期の違いや運営状況の違いなど、大きな課題はあるも

のの、積雪寒冷地域におけるプロスポーツとして、単なる地域連携だけではない、相互連携策も検討していきたい。

## 付 記

本研究は、平成23年度から平成25年度文部科学省「私立大学戦略的研究基盤形成支援事業」の助成を受けて実施したものである。

## 文 献

- 1) 千葉直樹，永谷稔，石澤伸弘：地方会場におけるレラカムイ北海道観戦者実態調査－稚内・釧路会場の調査結果から－，北翔大学大学北方圏生涯スポーツ研究センター年報，創刊号，1-8，2010.
- 2) 石澤伸弘，永谷稔：プロバスケットボール観戦者の観戦行動特性に関する研究，北翔大学生涯スポーツ学部研究紀要，創刊号，51-58，2010.
- 3) 日本体育協会：スポーツ少年団登録数一覧表，2002～2010.
- 4) 日本中学校体育連盟：加盟校・加盟生徒調査集計表，2001～2011.
- 5) 佐藤文宏他：日本におけるスポーツ産業の経営動向と経営戦略の実態に関する研究－プロスポーツの動向調査－，日本大学経済学部産業経営研究所産業経営調査報告書，33-1号，1-28，2010.
- 6) 高橋豪仁，鈴木渉：bj リーグ観戦者に関する調査研究－大阪エヴェッサのホームゲーム観戦者を事例として－，日本スポーツ産業学会第17回大会号，52-53，2008.
- 7) 竹田隆行：bj リーグ観戦者に関する調査－大分ヒートデビルズを事例として－，日本スポーツ産業学会第16回大会号，125-126，2007.
- 8) 全国高等学校体育連盟：加盟登録状況調査，2003～2011.